

## IDENTIFIKASI STRUKTUR PASAR PADA INDUSTRI KERAMIK DI KOTA MALANG

Orsidia Aminursita<sup>1)</sup>, M. Faisal Abdullah<sup>2)</sup>

**Abstract :** *This reasearch aimed to determine the condition of ceramic industry in Malang City and calculate the market structure of ceramic industry in detail by using market structure approach. This approach can be calculated by using market share, Hirchman Herfindahl Index (IHH), and CR4 (Concentration Ratio for Biggest Four). This study used quantitative descriptive analysis with the markets as the object of study. The result of the study showed that the market had the largest concentration ratio with 12.12% that led to the market structure of competition. The value for IHH was 0.05 that led to the perfect competition market because its value was between zero and one. Then, the value of CR4 was 0.36 that led to perfect competition market structure because its value was < 20%. It can be concluded that the degree of ceramic industry business in Malang City went to perfect competition market structure.*

**Keywords:** *Ceramic Industry, Market Structure, Market Concentration*

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi industri keramik yang ada di Kota Malang dan menghitung struktur pasar industri keramik secara lebih lengkap dengan menggunakan pendekatan struktur pasar. Perhitungan pendekatan struktur pasar dapat dihitung dengan menggunakan alat analisis pangsa pasar (market share), Indeks Hirschman Herfindahl (IHH), dan CR4 (Concentration Ratio for Biggest Four). Pendekatan struktur pasar menggunakan analisis deskriptif kuantitatif berkenaan dengan pasar yang mrnjadi objek penelitian. Hasil analisis untuk pangsa pasar memiliki konsentrasi rasio paling besar yaitu bernilai 12,12 persen sehingga mengarah pada struktur pasar persaingan. Untuk IHH nilai yang diperoleh yaitu sebesar 0,05 sehingga mengarah pada pasar persaingan sempurna karena nilai IHH berada diantara nilai nol dan satu. Sedangkan untuk CR4 nilai yang diperoleh sebesar 0,009 sehingga mengarah kepada struktur pasar persaingan sempurna karena nilai CR4 <20%. Dari hasil analisis derajat pasar usaha industri keramik di Kota Malang mengarah pada struktur pasar persaingan sempurna

Kata kunci : Industri Keramik, Struktur Pasar, Konsentrasi Pasar

### Pendahuluan

Perekonomian merupakan salah satu sektor yang paling penting di suatu negara, perekonomian juga merupakan salah satu tolak ukur pemerintah untuk membuat suatu kebijakan yang berguna untuk mencapai kemakmuran rakyat. Industri Kecil dan Menengah (IKM) memegang peran yang sangat penting dalam memberikan kontribusi besar bagi perekonomian bagi negara tersebut, baik di negara berkembang maupun di negara maju termasuk di Indonesia, karena dengan adanya IKM masalah penyerapan tenaga kerja dapat teratasi, sehingga dapat menjadi sumber pendapatan primer dan sekunder bagi masyarakat. (Arifin, 2011). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bias menjadi kekuatan dalam mengatasi kemiskinan, menciptakan lapangan kerja serta dapat menjadi kekuatan dalam pendapatan suatu rumah tangga maupun negara. (Yuli, 2015)

Terjadinya krisis ekonomi yang berkepanjangan merupakan salah satu fenomena yang terjadi di Indonesia, sehingga dapat mengakibatkan melemahnya sumber daya yang dimiliki sehingga banyak perusahaan kecil bahkan perusahaan besar yang tidak mampu bertahan lebih lama lagi. Kondisi ini sangat dapat dirasakan oleh perusahaan atau kelompok usaha yang tergolong besar, namun ternyata kelompok usaha yang tergolong dalam usaha kecil lebih dapat

---

<sup>1</sup> [Universitas Muhammadiyah Malang\_Malang] Email: [orsiaminursita@gmail.com]

bertahan dibandingkan dengan kelompok usaha besar. Kenyataan ini menunjukkan bahwa usaha kecil dapat beradaptasi dengan segala macam perubahan yang ada lingkungan dan juga dapat bertahan dibandingkan dengan usaha yang tergolong besar. (Budi & Yuli, 1993)

Sektor industry merupakan sector penting dalam sebuah negara. Keunggulan sektor industri akan didapat nilai tambah yang tinggi dengan tujuan untuk membuat kesejahteraan masyarakat secara ekonomi lebih cepat terwujud sehingga sektor industry dipandang sebagai sektor yang memiliki tingkat produktifitas yang tinggi. Sedangkan masalah lokasi dari setiap kegiatan produksi dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien terutama dalam kegiatan pembangunan karena konsep tata ruang ekonomi merupakan suatu hal sangat penting dalam studi pengembangan wilayah. (Arifin, 2006)

Pertumbuhan ekonomi di Malang merupakan salah satu pertumbuhan ekonomi yang tinggi di Jawa Timur. Aktifitas perdagangannya cukup tinggi dan mampu mendorong penerimaan PDRB yang cukup besar yang dimana hal ini mampu memberikan sumbangsih pada pertumbuhan ekonomi. Sektor perdagangan memang merupakan salah satu penyumbang terbesar bagi PDRB Di Kabupaten Malang (Nuraini, 2017). Sentra keramik merupakan salah satu produk unggulan UKM yang terkenal di Kota Malang. Para pengusaha keramik biasanya memasarkan hasil produksinya hanya ke dalam negeri namun juga sudah di mengekspornya ke luar negeri. Namun munculnya pesaing dari luar negeri yaitu keramik Cina dapat menjadi pesaing bagi produk keramik di Kota Malang. Adanya masalah tersebut menjadi salah satu latar belakang yang mendasari penelitian ini.

Terdapat beberapa penelitian mengenai analisis struktur pasar diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Widyasari, 2013) mengenai Identifikasi Struktur Pasar dan Implikasinya terhadap Pembentukan Harga (Studi Kasus Pada Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Malang). Penelitian ini menggunakan pendekatan Fenomenologis dan analisis kualitatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi struktur pasar yang terbentuk serta bagaimana dampaknya terhadap mekanisme pembentukan harga, dengan penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar mengarah ke pasar persaingan monopolistik karena dilihat dari ciri-cirinya dimana tidak ada hambatan bagi konsumen untuk masuk, terdapat banyaknya penjual, tidak terdapat kerja sama dan diferensiasi pada produk yang dijual.

(Wika, 2016) telah melakukan penelitian mengenai Identifikasi Struktur Pasar Pada Industri Sepatu di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. Penelitian ini menggunakan pendekatan struktur pasar menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Derajat Konsentrasi Pasar dengan beberapa pendekatan kuantitatif, antara lain: Analisis Pangsa Pasar, Indeks-Hirschman Herfidahl (IHH) dan CR4, menunjukkan bahwa

derajat konsentrasi pasar usaha industri sepatu di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto mengarah pada struktur pasar persaingan tidak sempurna.

Berdasarkan beberapa penelitian diatas dapat kita ketahui struktur pasar dari sebuah industri dan bagaimana harga suatu produk dapat terbentuk dan berkembang dalam sebuah pasar. Sehingga ketika menghadapi situasi yang tidak menguntungkan perusahaan kecil seperti industri keramik di Kota Malang memiliki strategi agar dapat tetap mempertahankan eksistensinya di pasar. Namun di sisi lain selain adanya persaingan yang sehat dalam struktur pasar terkadang juga ada industri kecil yang melakukan kerjasama dalam menjaga perkembangan usahanya.

Adapun relevansi dari keseluruhan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti meneliti tentang identifikasi struktur pasar pada Usaha Kecil dan Menengah pada industri keramik yang berada pada Kota Malang, dan menggunakan tahun 2017 sebagai tahun penelitian. Setiap struktur pasar pada suatu industri memiliki landasan teknis yang didalamnya terdapat beberapa landasan teori yaitu tentang posisi pasar dalam ekonomi, pasar sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli melakukan tawar menawar dan terjadinya kesepakatan harga.

Menurut (Rizkyanti, 2010) struktur pasar dalam perekonomian adalah adalah suatu keadaan pasar yang dapat memberikan informasi tentang aspek-aspek yang mempunyai dampak penting terhadap perilaku usaha dan kinerja pasar. Dengan mengetahui struktur pasar, maka akan dapat mengelompokkan suatu bentuk pasar apakah mendekati pasar monopoli, persaingan sempurna, persaingan monopolistik atau persaingan oligopoli. Struktur pasar merupakan bentuk nyata pasar dalam dunia yang sesungguhnya.

Ada beberapa pendekatan struktur pasar menurut (Azizah, 2013) yaitu : Pemusatan penjual dan pembeli yang diukur melalui jumlah penjual dan pembeli yang ada dalam pasar. Persyaratan masuk ke dalam pasar. Sifat produk yang ditawarkan apakah heterogen atau homogen. Tingkat dimana perusahaan dapat membuat dan menjual sendiri secara tidak langsung atau menciptakan sendiri saluran pemasaran untuk produknya. Tingkat dimana perusahaan dapat berjalan dalam beberapa pasar atau hanya satu pasar. Dalam pendekatan ini terdapat tiga bagian yaitu :

1. Pangsa Pasar (*Market Share*) presentase dari seluruh jumlah penjualan pasar suatu target yang diperoleh dari suatu perusahaan (Baladina, 2012)

2. Tingkat Konsentrasi Pasar merupakan gabungan pasar dari beberapa perusahaan oligopolis dimana mereka menyadari adanya saling ketergantungan satu dengan yang lain (Rizkyanti, 2010).
3. Hambatan Keluar Masuk Pasar (*Barries to Entry*) Menurut (Jaya, 2001) segala sesuatu yang menyebabkan terjadinya penurunan nilai produksi, kesempatan atau kecepatan masuknya oleh pesaing baru.

Berdasarkan kepada ciri-ciri jenis barang yang dihasilkan struktur pasar memiliki bentuk-bentuk yang dibedakan menjadi empat yaitu (Sukirno, 2010):

1. Pasar Persaingan Sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena dianggap sebaga struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya. (Sukirno, 2010). Dimana sudah terjadi di pasar dan penjual hanya dapat menerima harga yang telah terjadi di pasar dan penjual hanya dapat menerima harga atau merubahnya
2. Pasar Monopoli suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu perusahaan saja, perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat (Sukirno, 2010).
3. Pasar Persaingan Monopolistik, pasar ini merupakan gabungan dari pasar monopoli dan pasar persaingan sempurna. Pasar ini memiliki tipe familiar atau sering kita temui dalam kehidupan sehari-hari, karena bentuk pasar yang masih murni (Rizkyanti, 2010). Dalam pasar persaingan monopolistik terdapat produk substitusi, sehingga setiap keputusan yang diambil oleh produsen dapat memberikan keuntungan bagi satu perusahaan yang akan diikuti oleh perusahaan lainnya
4. Pasar Oligopoli merupakan pasar yang terdiri dari beberapa produsen dan memiliki beraneka ragam sifat yang berbeda, dimana barang yang hasilkan semuanya berbeda corak. (Setyowati, E., R. Damayanti, Subagyo, R. Badrudin, S.K, Algifari, H. Subiyakto, S. Fatmawati, 2003).

Berdasarkan latar belakang diatas maka dibutuhkan sautu analisis untuk melihat karakteristik dan struktur pasar industri keramik yang berada di Kota Malang. Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui karakteristik dan struktur pasar industri keramik yang berada di Kota Malang. Sehingga peneliti menetapkan batasan masalah pada industri keramik Kota Malang dengan periode pada tahun 2017. Dengan objek yaitu industri keramik, dan subjek yaitu jumlah kapasitas produksi keramik di Kota Malang. Dengan target yaitu untuk

mengetahui jumlah data banyak produksi yang dapat diserap suatu wilayah pasar di Malang, mengetahui cara pemasaran yang dilakukan oleh produsen industri keramik, dan mengetahui bagaimana struktur pasar industri keramik di Kota Malang.

### Metode Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari survei langsung dan wawancara yang diajukan secara langsung kepada pengusaha keramik di Kota Malang dengan jumlah populasi sebanyak 64 industri keramik, dalam populasi tersebut peneliti menggunakan 39 industri sebagai sampel. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu teknik observasi dan penyebaran kuisioner kepada pemilik usaha keramik yang terkait.

Analisis Pangsa Pasar dimana seluruh perusahaan mempunyai pangsa pasar yang berbeda dari perusahaan lain, yang berkisar antara 0 – 100 persen dari keseluruhan total penjualan yang berada di pasar. *Market Share* atau Pangsa Pasar memberi gambaran tentang keuntungan yang diperoleh perusahaan dari total hasil penjualannya. Adapun beberapa kriteria Pangsa Pasar yang harus diketahui adalah sebagai berikut :

1. Monopoli murni, bila suatu perusahaan memiliki hasil 100 % dari pangsa pasar.
2. Perusahaan Dominan, bila memiliki 80 – 100 % dari pangsa pasar dan tanpa pesaing kuat.
3. Oligopoli ketat, jika empat perusahaan terkemuka memiliki 60 – 100% dari pangsa pasar.
4. Oligopoli longgar, jika empat perusahaan terkemuka memiliki 40 - < 60% pangsa pasar.
5. Persaingan monopolistik, jika banyak pesaing yang efektif tidak satupun yang memiliki lebih dari 10% pangsa pasar.
6. Persaingan murni, jika lebih dari 50 pesaing, tidak satupun yang memiliki pangsa pasar berarti.

Index-Herfindahl-Hirschman (IHH) muncul dikarenakan adanya kelemahan pada perkembangan rasio konsentrasi. IHH merupakan jumlah dari kuadrat *market share* untuk semua perusahaan dalam suatu pasar industri, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar derajat konsentrasi pembeli dari suatu wilayah pasar. (Baladina, 2012) Sehingga dapat diketahui rumus dari *IHH* adalah :

$$IHH = (Kr_1)^2 + (Kr_2)^2 \dots + (Kr_n)^2$$

Sumber : (Baladina, 2012)

**Dimana :**

IHH=Indeks-Herfindahl-Hirshman

$n$  = total penjual yang berada pada wilayah pasar produk

$Kr_i$  = Pangsa produksi ke  $i$  ( $i = 1, 2, 3, \dots, n$ )

\*Klasifikasi struktur pasar dalam Indeks Herfindahl yaitu :

IHH = 1, mengarah monopoli atau monopsoni

IHH = 0, mengarah persaingan sempurna

$0 < IHH < 1$ , mengarah oligopoli

CR4 (Concentration Ratio for Biggest Four) menurut Cammer dalam (Tri Candra, 2011) CR4 adalah jumlah pangsa pasar 4 perusahaan terbesar pada suatu wilayah pasar yang digunakan untuk mengetahui derajat konsentrasi empat pembeli terbesar dari suatu wilayah pasar dengan rumus sebagai berikut :  $CR_4 = \frac{Kr_1 + \dots + Kr_4}{Kr_{total}} \times 100\%$  (Baladina, 2012)

Dimana :

$CR_4$  = Rasio Kosentrasi

$Kr$  = Jumlah Perusahaan yang diamati

$Kr_{total}$  = Jumlah Seluruh Sektor yang diamati

\*Dengan Kriteria :

- 1)  $CR_4 < 20\%$  menunjukkan pasar persaingan sempurna
- 2)  $20\% < CR_4 < 40\%$  menunjukkan pasar monopolitis
- 3)  $40\% < CR_4 < 80\%$  menunjukkan pasar oligopoly
- 4)  $CR_4 > 80\%$  menunjukkan pasar monopoli

## Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada bulan November – Desember 2017, analisis pertama yang dilakukan adalah membagikan kuisisioner langsung kepada 40 pemilik usaha keramik yang berada di seluruh kelurahan di Kota Malang. Dari hasil pengelompokan umur, usia responden berkisar antara  $< 35$  tahun hingga  $> 60$  tahun, dimana dari 40 responden yang paling banyak berada pada kisaran umur antara 41-45 tahun dan 51-55 tahun, dimana masing-masing sejumlah 10 responden atau 25 persen. Dengan tingkat pendidikan rata-rata terbesar responden sejumlah 50 persen tingkat pendidikan S1. Dari 40 responden, gaji tenanga kerja pengerajin keramik di Kota Malang perhari sebesar  $< Rp. 50.000$  ,- sampai Rp. 100.000 per orang karena industri keramik yang diteliti hanyalah industri kecil. Untuk saluran pemasaran biasanya pemilik usaha dapat memasarkan langsung atau melalui distributor terlebih dahulu, sehingga disini peneliti memberi tiga kategori pemasaran seperti tabel dibawah ini :

Tabel 1. Distribusi Saluran Pemasaran

Pola Pemasaran	Jumlah (n)	Presentase %
Produsen – Konsumen	22	55
Produsen– Konsumen- Distributor	17	43
Produsen- Konsumen- Toko- Konsumen	1	2
Total	40	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Dapat dilihat dari tabel 1 distribusi saluran pemasaran bahwa saluran pemasaran terbesar yaitu langsung dari produsen ke konsumen. Karena 22 orang atau 55 persen responden pola pemasarannya yaitu langsung dari produsen kepada konsumen. Dalam penelitian ini untuk mengetahui derajat konsentrasi pasar pada industri keramik yang ada di Kota Malang maka peneliti menggunakan alat analisis berupa Indeks Hirschman Herfindhal (IHH) dan CR4 (*Concentration Ratio for Biggest Four*). Pangsa pasar merupakan dasar dari pengukuran derajat konsentrasi pasar, sehingga sebelum melakukan analisis IHH dan CR<sub>4</sub> dilakukan perhitungan pangsa pasar terlebih dahulu. Sehingga dapat dilihat dari hasil perhitungan dibawah ini.

Tabel 2. Perhitungan

Nama	Kr	Market Share (%)	IHH	CR4
SC Keramik	0,0130	1,30	0,0001	0,009
Yan's Keramik	0,0274	2,74	0,0009	
Denis Souvenir	0,0408	4,08	0,0016	
Gito Gips	0,0038	0,38	0,0000	
Rita Souvenir	0,0106	1,06	0,0001	
Five Keramik	0,0410	4,10	0,0016	
SN Keramik	0,0642	6,42	0,0036	
Sudirman Keramik	0,0053	0,53	0,0001	
Mega Jaya	0,0136	1,36	0,0001	
Family Keramik	0,0136	1,36	0,0001	
Firman Keramik	0,0372	3,72	0,0016	
Irama Baru	0,0168	1,68	0,0004	
Atik Souvenir	0,0038	0,38	0,0000	

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Tabel 3. Lanjutan

Nama	Kr	Market Share (%)	IHH	CR4
Ragiel Keramik	0,0130	1,30	0,0001	
Asih Souvenir	0,0076	0,76	0,0001	
Istana Jaya	0,0076	0,76	0,0001	
Kita Gips	0,0076	0,76	0,0001	
Lestari Keramik	0,0076	0,76	0,0001	
Ummi Souvenir	0,0130	1,30	0,0001	
Raffi Gips	0,0076	0,76	0,0001	
Martha Gips	0,0076	0,76	0,0001	
Gentong FC	0,0544	5,44	0,0025	
Reva Souvenir	0,0076	0,76	0,0001	
UD Ragam Indah	0,0136	1,36	0,0001	
Lukman C	0,0340	3,40	0,0009	
Dasim	0,0670	6,70	0,0049	
Iwan Keramik	0,0136	1,36	0,0001	
Total	1,00	100%	0,0530	0,009

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan dari hasil perhitungan didapat hasil dari pangsa pasar atau Market Share rata-rata total produksi pada produsen keramik yang berda di Kota Malang yang memiliki konsentrasi rasio (Kr) paling besar yaitu pada industri keramik yang dimiliki oleh Eddy Keramik dengan Market Share sebesar 12,12 persen, sedangkan paling kecil adalah usaha keramik yang dimiliki oleh Gito Gips dan Atik Souvenir, dengan pangsa pasar masing-masing sebesar 0,38 persen. Sehingga mengarah pada struktur pasar persaingan karena analisis pangsa pasar berada pada kisaran 0,01 persen sampai dengan 0,12 persen. Untuk Indeks Herfindahl diperoleh hasil diperoleh nilai total keseluruhan IHH sebesar 0,0530, dimana nilai IHH terletak diantara angka nol dan satu, sehingga mengarah pada pasar persaingan sempurna karena memiliki hasil mendekati nol. Sedangkan untuk hasil uji CR4 diperoleh perhitungan :

$$\begin{aligned}
 CR_4 &= \frac{0,12+0,1111+0,07+0,06}{40} \times 100\% \\
 &= \frac{0,36}{40} \times 100\% \\
 &= 0,009
 \end{aligned}$$

Nilai perhitungan tersebut berada pada kisaran  $CR_4 < 20\%$ , sehingga sesuai dengan kriteria  $CR_4$  nilai tersebut termasuk dalam kategori struktur pasar persaingan sempurna.

Dalam pembentukan harga biasanya terdapat tiga cara yaitu secara individu, kesepakatan harga antar beberapa pengusaha dan penentuan harga dari pemerintah, namun dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti hampir semua pengerajin keramik di Kota Malang menentukan harga pasar yang dijual secara individu. Biasanya juga para produsen juga memberikan harga khusus kepada pelanggan yang membeli dengan jumlah banyak agar lebih dapat menarik minat konsumen, selain cara tersebut biasanya produsen juga mempertahankan dan lebih memperbaiki kualitas dan mutu keramik yang dipasarkan. Dengan lebih meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk maka produsen dapat menjaga kepercayaan konsumen.

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Adanya kemudahan dalam memperoleh informasi pasar serta tidak ada ketergantungan antar pelaku usaha dalam melakukan pemasaran, diantara para pelaku pemasaran mempunyai tingkat pengetahuan yang sama, karena sudah rata-rata dari semua responden sudah mendirikan usaha lebih dari 10 tahun. Analisis pangsa pasar/market share memiliki nilai Kr (Konsentrasi Rasio) terbesar bernilai 12,12 dan terendah bernilai 0,38 sehingga mengarah kepada pasar persaingan murni. Pengukuran IHH memperoleh nilai sebesar 0,05 sehingga mengarah pada pasar persaingan sempurna.  $CR_4$  nilai yang diperoleh sebesar 0,009 persen sehingga mengarah pada pasar persaingan sempurna. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dari ke tiga alat ukur maka struktur pasar di Kota Malang mengarah pada pasar persaingan sempurna.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis adalah untuk meningkatkan produksi keramik, maka para produsen industri keramik diharapkan dapat memanfaatkan teknologi yang ada untuk melakukan promosi dan inovasi produk supaya dapat bersaing dengan industri keramik baik dalam maupun luar negeri. Selain itu peran pemerintah juga sangat berpengaruh sebagai penentu kebijakan harga dan juga pemerintah perlunya subsidi bahan baku agar dapat meringankan faktor produksi sehingga pengerajin industri keramik dapat menjaga input bahan baku yang murah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z. (2006). Konsentrasi Spasial Industri Manufaktur Berbasis Perikanan di Jawa Timur (Studi Kasus Industri Besar dan Sedang). *Humanity*, 1(2), 142–151.
- Arifin, Z. (2011). Analisis Spasial Industri Kecil dan Menengah di Propinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Ekonomi Pembangunan UMM*, 9, 157–173.
- Azizah. (2013). Konsep Pengembangan Pendekatan Struktur Dalam Perjanjian Penetapan Harga Pada Putusan KPPU. *Hukum Dan Pembangunan*.
- Baladina, N. (2012). Analisis Struktur, Perilaku, dan Penampilan Pasar Wortel di Sub Terminal Agrobisnis (STA) Mantung (Kasus pada Sentra Produksi Wortel di Desa Tawang Sari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang). *Agrise*, XII(2), 1412–1425.
- Budi, S., & Yuli, C. (1993). TERHADAP KOMPETENSI USAHA ( Studi pada Pengusaha Makanan dan Minuman Skala Kecil dan Menengah di Kabupaten Malang dan, 106–116.
- Jaya, W. K. (2001). *Ekonomi Industri* (Edisi 2). Yogyakarta: BPF.
- Kusuma, H. (2016). Flypaper Effect: Fiscal Illusion and Bureaucratic Model. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 9(1), 28-40.
- Nuraini, I. (2017). Kualitas Pertumbuhan Ekonomi Daerah Kabupaten/Kota Di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15.
- Rizkyanti, A. (2010). Analisis Struktur Pasar Industri Karet Dan Barang Karet Periode Tahun 2009. *Media Ekonomi*, 18(2).
- Setyowati, E., R. Damayanti, Subagyo, R. Badrudin, S.K, Algifari, H. Subiyakto, S. Fatmawati, dan A. P. (2003). *Ekonomi Mikro* (Pengantar). Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ekonomi YKPN.
- Sukirno, S. (2010). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Kharisma Putra Utama Offset.
- Widyasari, W. W. (2013). *Identifikasi Struktur Pasar dan Implikasinya Terhadap Pembentukan Harga (Studi Kasus Pada Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Malang)*.
- Wika, M. R. (2016). *Identifikasi Struktur Pasar Pada Industri Sepatu di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Yuli, S. B. C. (2015). Optimalisasi Peran Wakaf dalam Pemberdayaan UMKM. *Ekonomika-Bisnis*, 6(1), 1–16.